

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENGGUNAKAN  
METODE *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT  
(Studi Kasus: *Streetfood Inspirastea Thailand Tea*)**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada  
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik

**Diajukan oleh:**

**NUR MUHAMMAD MUFID**

**D 600 140 122**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENGGUNAKAN METODE  
*BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT  
(Studi Kasus: *Streetfood Inspirastea Thailand Tea*)**

**PUBLIKASI ILMIAH**

Disusun Oleh:

**NUR MUHAMMAD MUFID**

**D 600.140.122**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Mengesahkan,  
Dosen Pembimbing



**Ir. Hafidh Munawir, ST. M.Eng.**

NIK. 988

## HALAMAN PENGESAHAN

### STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENGGUNAKAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT

(Studi Kasus: *Streetfood Inspirastea Thailand Tea*)

Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Teknik

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Dihadapan Dewan Penguji.

Pada hari Jum'at, 12 April 2019,

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Tim Penguji

1. Ir. Hafidh Munawir, ST. M.Eng.  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Ir. Much. Djunaidi, ST. MT.  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dr. Ir. Indah Pratiwi, ST. MT.  
(Anggota II Dewan Penguji)

Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik



Dr. Sri Sinarjono, MT. Ph.D)

NIK.682

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan diatas, maka saya akan pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 30 April 2019



**NUR MUHAMMAD MUFIID**

**D600140122**

# **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENGGUNAKAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS DAN SWOT (Studi Kasus: Streetfood Inspirastea Thailand Tea)**

## **Abstrak**

Sedikitnya jumlah wirausahawan yang ada di Indonesia disebabkan oleh ketakutan masyarakat untuk memulai usaha sedangkan berdasarkan hasil survey mayoritas menyatakan setuju bahwa minuman Thailand *tea* rasanya enak dan disukai karena memiliki rasa manis dan asam. Oleh karena itu, maka dilaksanakanlah penelitian mengenai perancangan usaha *streetfood* dengan menggunakan metode *Bussines model canvas* dan Analisis SWOT. Tujuannya adalah menentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha jajanan pinggir jalan (*street food*) "Inspirastea" Thailand *tea*. Pengolahan data dilakukan menggunakan metode *business model canvas* yang menggambarkan bagaimana perusahaan menangkap dan memetakan nilai dari aktivitas bisnis sehingga dapat memperkuat struktur bisnis yang dijalankan dan menghasilkan uang. kemudian dilakukan analisis SWOT dengan melakukan analisis internal dan eksternal. Kemudian dilakukan perhitungan IFAS dan EFAS dengan memberikan pembobotan dan *rating* pada setiap faktor strategis berdasarkan perbandingan berpasangan. Perhitungan tersebut digunakan untuk membuat strategi bisnis. Hasil akhir adalah faktor *strengths* memperoleh nilai skor 1,22 dan faktor *weakness* memperoleh nilai skor 2,66 dengan selisih nilai skor diantara keduanya adalah -0,22. Kemudian faktor *opportunities* memperoleh nilai skor 1,74 dan faktor *threat* memperoleh nilai skor 0,94 dengan selisih nilai skor diatara keduanya adalah +0,80. Sehingga badan usaha Inspirastea Thailand tea berada pada kuadran III yaitu keadaan dimana badan usaha memiliki peluang yang besar tetapi memiliki kelemahan dari internal badan usaha.

**Kata Kunci:** Thailand *Tea*, Analisis SWOT, *Business Model Canvas*, Jajanan Pinggir Jalan

## **Abstract**

The small number of entrepreneurs in Indonesia is caused by people's fear of starting a business, while based on the survey results, the majority agree that Thai tea drinks taste good and are liked because they have sweet and sour taste. Therefore, a research on streetfood business design was carried out using the Bussines model canvas method and SWOT Analysis. The aim is to determine the right strategy to develop the "Inspirastea" Thailand tea street food business. Data processing is done using the business model canvas method that describes how companies capture and map the value of business activities so that it can strengthen the business structure that is run and make money. then a SWOT analysis is carried out by conducting internal and external analysis. Then IFAS and EFAS is calculated by giving weighting and rating on each strategic factor based on pairwise comparisons. The calculation is used to make a business strategy. The final result is the strengths factor obtained a score of 1.22 and the

weakness factor scores 2.66 with the score difference between the two is -0.22. Then the opportunity factor scores 1.74 and the threat factor scores 0.94 with the difference in the score between the two is +0.80. So that the business entity Inspirastea Thailand tea is in quadrant III, namely the situation where the business entity has a great opportunity but has weaknesses from the internal business entity.

**Keywords:** Thailand Tea, SWOT Analysis, Business Model Canvas, Streetfood

## 1. PENDAHULUAN

Dewasa ini makanan dan minuman bukan hanya menjadi kebutuhan pokok melainkan sebagai pemuas keinginan. Jumlah penduduk Indonesia tahun 2018 berjumlah lebih dari 265 juta jiwa. Jumlah ini akan terus bertambah setiap tahunnya karena secara total, laju pertumbuhan penduduk Indonesia pada tahun 2015 sampai 2020 diperkirakan sebesar 1,19% Tumoutou, (2018). Berdasarkan data, jumlah wisatawan yang datang ke Kota Solo adalah 76.454 wisatawan asing dan 4.383.430 wisatawan lokal Aosgi, (2018). Tentu saja itu merupakan potensi yang luar biasa bagi wirausahawan di Kota Solo.

Kota Solo sendiri merupakan kota budaya, alasan Kota Solo menjadi Kota Budaya adalah berdasarkan sejarahnya, tradisi dan budaya yang masih dilestarikan juga menjadikan Kota Solo sebagai tujuan wisata Setiadi (2013). Peneliti melakukan survey awal kepada 15 orang untuk mencari tahu besar minat masyarakat Solo terhadap Thailand *tea* dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1. *Preliminary Research*

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju
Apakah Anda mengetahui produk Thailand tea?	15					
Apakah Thailand tea rasanya enak?	1	12	2			
Apakah Anda menyukai produk Thailand tea?	1	13	1			
Apakah Anda memiliki alasan lain untuk menyukai Thailand tea?	Kekinian, Campuran khas antara teh dan susu, manis, ada asam-asamnya.					
Apakah Anda berminat membeli Thailand tea lebih dari satu kali dalam satu minggu?	YA (10 Orang)			TIDAK (5 Orang)		

Tingginya minat terhadap minuman Thailand *tea* tidak diimbangi jumlah wirausahawan di Indonesia karena jumlahnya masih terbilang sangat sedikit jika

dibandingkan dengan negara tetangga seperti yang disampaikan oleh Bamsoet “Secara presentase, jumlah wirausahawan di negara kita hanya berjumlah sekitar 3% saja. Kita kalah dari negara tetangga di ASEAN seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand jumlah wirausahawan mereka sudah berada diatas 4%” (Sudarsono, 2018).

Sedikitnya jumlah wirausahawan yang ada di Indonesia disebabkan oleh ketakutan masyarakat untuk memulai usaha (Suharta, Wibawa dan Tohani, 2010). sedangkan berdasarkan hasil survey mayoritas menyatakan setuju bahwa minuman Thailand *tea* rasanya enak dan disukai karena memiliki rasa manis dan asam. Oleh karena itu, maka dilaksanakanlah penelitian mengenai perancangan usaha streetfood dengan menggunakan metode *Bussines model canvas* dan Analisis SWOT.

Model bisnis merupakan dasar pemikiran seperti cetak biru yang menggambarkan bagaimana membuat strategi untuk diimplementasikan melalui struktur organisasi, proses, dan sistem dalam menciptakan, memberikan dan menangkap suatu nilai (Osterwalder dan Pigneur, 2010).

## **2. METODE**

Peneliti melakukan penelitian terhadap penerapan metode *Bussines Model Canvas* yang digunakan dalam menentukan strategi pengembangan usaha *streetfood Thailand tea* dengan merek dagang “Inspirastea”. Peneliti melakukan penelitian secara langsung di outlet inspirastea dengan menyeluruh dari proses pemesanan bahan baku secara online dan belanja bahan baku hingga proses pembuatan *Thailand tea* sampai dihidangkan kepada pelanggan. Penelitian dilakukan tanpa batas waktu sehingga dapat mengetahui secara menyeluruh proses yang dijalankan dalam usaha *street food Thailand tea* dengan merk dagang “Inspirastea”.

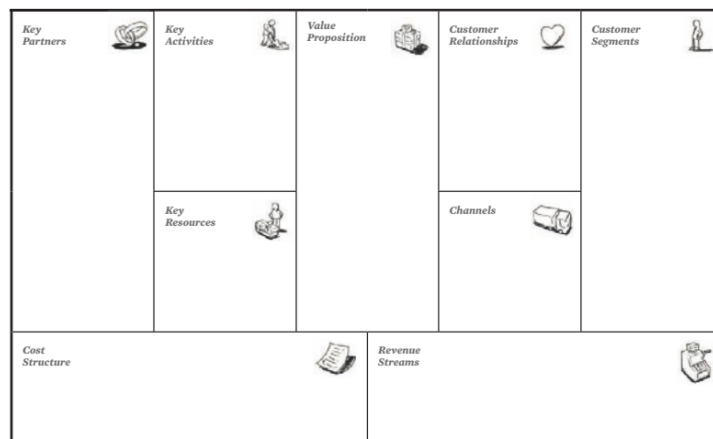
Peneliti melakukan pengumpulan data dari proses observasi dengan menggunakan beberapa cara diantaranya pengamatan yang dilakukan dengan tanpa waktu sehingga bisa mendapatkan banyak informasi mengenai penjualan dan persaingan usaha jajanan pinggir jalan tersebut. Kemudian dilakukan

wawancara kepada beberapa pelanggan “Inspirastea” *Thailand tea* untuk mengetahui minat dan daya beli pelanggan khususnya mahasiswa untuk membeli minuman teh Thailand inspirastea dan perbandingan dengan pesaing. Setelah itu penelitian dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada beberapa pelanggan dan kepada karyawan penjaga outlet Inspirastea.

## 2.1 Pengolahan Data

### 2.1.1 *Business Model Canvas*

*Business Model Canvas* menggambarkan bagaimana perusahaan menangkap dan memetakan nilai dari aktivitas bisnis sehingga dapat memperkuat struktur bisnis yang dijalankan dan menghasilkan uang. Langkah pengerjaan metode ini adalah dengan memetakan 9 blok bangunan *customer segment*, *Value proposition*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure* dalam tampilan berikut.



Gambar 1. Tampilan Visual Business Model Canvas

## 2.2 Analisis SWOT

Setelah mendapatkan data *Business Model Canvas* kemudian dilakukan analisis SWOT dengan melakukan analisis internal dan eksternal, yaitu segala hal yang berhubungan dengan *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) dari perusahaan sehingga perusahaan mengetahui status perusahaan. Kemudian dilakukan perhitungan IFAS dan EFAS dengan memberikan pembobotan dan *rating* pada setiap faktor strategis



berdasarkan perbandingan berpasangan. Hasil perhitungan tersebut digunakan untuk membuat strategi bisnis.

<div style="text-align: center;"> <b>IFAS</b>  <b>EFAS</b> </div>	<b>STRENGTHS (S)</b> Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	<b>WEAKNESS (W)</b> Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
	<b>OPPORTUNITIES (O)</b> Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	<b>STRATEGI SO</b>  <b>STRATEGI WO</b>
<b>THREATS (T)</b> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<b>STRATEGI ST</b>  	<b>STRATEGI WT</b>

Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

### 2.1.2 Perancangan Strategi

Berdasarkan pilihan dari beberapa strategi yang didapatkan dari analisis SWOT akan mendapatkan hasil strategi terbaik yang mampu diaplikasikan dalam usaha “Inspirastea” *Thailand tea*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Merancang *Business Model Canvas*

Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan untuk mengisi kesembilan blok bangunan *Business Model Canvas*.

#### 3.1.1 *Customer Segment*

Dari hasil wawancara, pengamatan secara langsung dan memberikan kuesioner kepada pelaku usaha Inspirastea Thailand tea memiliki 6 *customer segment* yaitu mahasiswa, pelajar, pegawai kantor, masyarakat, wisatawan, dan pengguna jalan raya.

#### 3.1.2 *value propositions*

Inspirastea Thailand tea memiliki proporsi nilai yang bisa ditawarkan kepada pelanggan diantaranya rasa teh yang terasa lebih kental, harga lebih terjangkau, ukuran *cup* lebih besar, racikan memiliki citarasa khas, dan tampilan lebih menarik.

#### 3.1.3 *Channel*

Berdasarkan hasil pengamatan secara langsung Inspirastea Thailand tea memiliki 3 *channel* untuk menjangkau pelanggan, yaitu membuka *outlet*, mengikuti festival makanan, dan membuka stan sponsor.

#### 3.1.4 *customer relationships*

Berdasarkan wawancara dan pengamatan secara langsung Inspirastea Thailand tea memiliki 4 cara untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan diantaranya menjaga komunikasi dengan pelanggan, menjadi sponsor kegiatan, promosi, dan memberikan garansi.

#### 3.1.5 *revenue streams*

Jumlah rata-rata penjualan perhari adalah 61 *cup* harga satuan sebesar Rp.7000,00 mendapatkan omset rata-rata perhari sebesar Rp. 426.000,00 dengan 30-31 hari kerja maka omset dalam satu bulan sebesar Rp 10.000.000,00 sampai Rp. 16.000.000,00.

#### 3.1.6 *key resources*

Menurut hasil pengamatan secara langsung ada empat hal yang menjadi sumber daya utama yaitu *brand*, fisik, keuangan, dan manusia.

#### 3.1.7 *key activities*

Berdasarkan wawancara kepada penjaga *outlet* dan pelaku usaha serta pengamatan secara langsung didapatkan hasil yaitu proses produksi Thailand *tea*, pemasaran *online*, dan pengembangan kemasan produk. Menurut Yosh (2015) salah satu contoh *key activities* adalah kegiatan pemasaran

#### 3.1.8 *key partners*

Berdasarkan hasil wawancara kepada pegawai dan pengamatan secara langsung di *outlet* Inspirastea Thailand tea didapatkan hasil berupa data *supplier* sebagai berikut.

Tabel 2. Data Supplier Inspirastea Thailand Tea

No	Key Partner	Mitra	Alamat
1	Bapak Tono	Pemberi sewa tempat	Pabelan, Sukoharjo
2	Assalam hypermarket	Penyedia bahan baku	Pabelan, Sukoharjo
3	Relasi Toserba	Penyedia bahan baku	Pabelan, Sukoharjo
4	Japan Store	Penyedia bahan baku	Kalideres, Jakarta Barat
5	Ibu Wulan	Penyedia bahan baku	Pabelan, Sukoharjo
6	Bapak Ichsan	Penyedia bahan baku	Pabelan, Sukoharjo

### 3.1.9 *cost structure*

Omset dalam satu bulan sebesar Rp 10.000.000,00 dengan pengeluaran sebesar Rp. 7.992.500,00.

## 3.2 Analisis SWOT

Proses analisis perhitungan IFAS dan EFAS dilakukan dengan memberikan bobot dan *rating* di setiap faktor berdasarkan perbandingan berpasangan sebagai berikut.

### 3.2.1 Perhitungan Faktor IFAS

Pengisian bobot dan *rating* dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada pemilik usaha dan pengamatan secara langsung di *outlet* Inspirastea Thailand tea. Berikut tabel 3 perhitungan IFAS.

Tabel 3. Perhitungan Analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Faktor Internal				
No	Kekuatan (Strengths)	Bobot	Rating	Skor
1	Menggunakan daun teh asli	0,06	4	0,25
2	Kualitas bahan baku pilihan	0,05	2	0,11
3	Aroma teh terasa lebih kuat	0,05	3	0,16
4	Ukuran cup lebih besar	0,06	3	0,17
5	Atraksi penampilan peracikan teh	0,06	2	0,12
6	Lokasi usaha sangat strategis	0,07	4	0,26
7	Bahan baku mudah dicari	0,05	3	0,15
Subtotal		0,40		1,22
No	Kelemahan (Weaknesses)	Bobot	Rating	Skor
1	Kemasan kurang kokoh	0,08	2	0,16
2	Varian rasa sedikit	0,09	2	0,19
3	Rasa tidak konsisten	0,08	3	0,23
4	Promosi kurang maksimal	0,08	2	0,17
5	Tampilan outlet kurang menarik	0,10	1	0,10
6	Beberapa kali terjadi pergantian karyawan outlet	0,09	4	0,35
7	Bahan baku teh terbatas dan hanya bisa dipesan online	0,09	3	0,26
Subtotal		0,60		1,44
Total		1		2,66

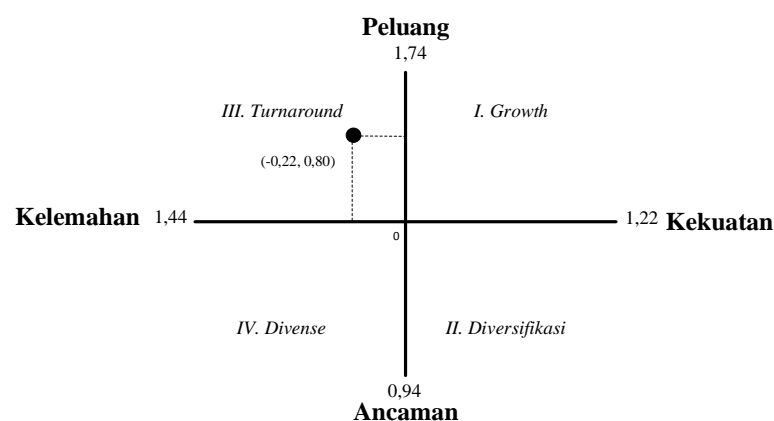
### 3.2.2 Perhitungan Faktor EFAS

Pengisian bobot dan *rating* dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada pemilik usaha dan pengamatan secara langsung di *outlet* Inspirastea Thailand tea. Berikut tabel 4 perhitungan EFAS.

Tabel 4. Perhitungan Analisis EFAS (*eksternal Factor Analysis Summary*)

Faktor Eksternal				
No	Peluang (Opportunities)	Bobot	Rating	Skor
1	Citarasa inspirastea sudah memiliki banyak penggemar	0,12	4	0,46
2	Pelanggan tertarik melihat proses peracikan teh	0,13	3	0,38
3	Minuman Thailand tea sedang hits di masyarakat	0,11	3	0,32
4	Media sosial sebagai sarana iklan	0,12	3	0,36
5	Menarik perhatian beberapa calon investor	0,11	2	0,23
Subtotal		0,58		1,74
No	Ancaman (Threats)	Bobot	Rating	Skor
1	Perubahan rasa jika tidak dikonsumsi dalam 20 menit	0,07	1	0,07
2	Teh yang sudah terlarut akan basi dalam 24 jam	0,09	3	0,26
3	Persaingan dengan merk ternama	0,09	2	0,18
4	Pasar mudah bosan dan tergoda dengan produk baru	0,08	2	0,17
5	Harga bahan baku naik	0,09	3	0,26
Subtotal		0,42		0,94
Total		1		2,68

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa faktor *strength* memperoleh nilai skor 1,22 dan faktor *weakness* memperoleh nilai skor 1,44 dengan selisih nilai skor diantara keduanya adalah -0,22. Kemudian faktor *opportunities* memperoleh nilai skor 1,74 dan faktor *threat* memperoleh nilai skor 0,94 dengan selisih nilai skor diantara keduanya adalah +0,80. Visualisasi dari hasil analisis diatas dapat dilihat pada gambar 3 sebagai berikut.



Gambar 3. Hasil Diagram *Cartesius* Analisis SWOT

Dari gambar diagram *cartesius* analisis SWOT diatas dapat diketahui bahwa badan usaha Inspirastea Thailand tea berada pada kuadran III yaitu keadaan dimana badan usaha memiliki peluang yang besar tetapi memiliki kelemahan dari internal badan usaha. Cara penyelesaian masalah yang tepat

adalah dengan melakukan evaluasi internal untuk memperbaiki kelemahan dan memaksimalkan peluang yang ada. Maka strategi yang tepat untuk diterapkan di badan usaha Inspirastea Thailand tea adalah strategi WO yaitu dengan meminimalkan kelemahan untuk memaksimalkan peluang yang lebih besar. Menurut Hermawan Kartajaya dalam bukunya yang berjudul “*Marketing for Turnaround, Realizing the Network Company*” menjelaskan tentang strategi *turnaround* yang pernah diterapkan di perusahaan BUMN PT Pos Indonesia ditengah perubahan zaman yang sangat cepat. Khususnya dengan perkembangan internet sangat pesat yang mengancam keberadaan produk-produk dan layanan pos (Marketeers, 2013).

#### **4. PENUTUP**

##### **4.1 Kesimpulan**

Faktor *strengths* memperoleh nilai skor 1,22 dan faktor *weakness* memperoleh nilai skor 2,66 dengan selisih nilai skor diantara keduanya adalah -0,22. Kemudian faktor *opportunities* memperoleh nilai skor 1,74 dan faktor *threat* memperoleh nilai skor 0,94 dengan selisih nilai skor diantara keduanya adalah +0,80. Sehingga dapat diketahui bahwa badan usaha Inspirastea Thailand tea berada pada kuadran III yaitu keadaan dimana badan usaha memiliki peluang yang besar tetapi memiliki kelemahan dari internal badan usaha. Cara penyelesaian masalah yang tepat adalah dengan melakukan evaluasi internal untuk memperbaiki kelemahan dan memaksimalkan peluang yang ada.

##### **4.2 Saran**

Selain menggunakan strategi hasil analisis SWOT yaitu strategi WO, badan usaha Inspirastea juga perlu memanfaatkan kekuatan perusahaan dan mengevaluasi ancaman dari eksternal badan usaha Inspirastea Thailand tea. Kemudian strategi yang dijalankan perlu dilakukan evaluasi dikemudian hari agar mengetahui hal apa saja yang dapat dikembangkan dari strategi yang dijalankan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Aosgi (2018) Kunjungan Wisatawan ke Solo Terus Meningkat, surakarta.go.id.

Marketeers (2013) Studi Kasus Turn-Around BUMN: PT Pos Indonesia, Manajemen Pemasaran. Available at: <http://marketeers.com/studi-kasus-turn-around-bumn-pt-pos-indonesia/>.

Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2010) Business Model Generation, Books.googlecom. doi: 10.1523/JNEUROSCI.0307-10.2010.

Setiadi, A. (2013) 'PEMBANGUNAN VISUALISASI PETA KOTA SOLO', *Seruni - Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika dan Komputer FTI UNSA*, 2(1), pp. 7–11.

Sudarsono (2018) Jumlah Wirausaha Indonesia Baru 3%, Kalah dengan Malaysia hingga Singapura, Koran Sindo. Available at: [Jumlah%2520Wirausaha%2520Indonesia%2520Baru%25203%25,%2520Kalah%2520dengan%2520Malaysia%2520hingga%2520Singapura%2520\\_%2520Okezone%2520Economy.html](http://Jumlah%2520Wirausaha%2520Indonesia%2520Baru%25203%25,%2520Kalah%2520dengan%2520Malaysia%2520hingga%2520Singapura%2520_%2520Okezone%2520Economy.html).

Suharta, R., Wibawa, L. and Tohani, E. (2010) 'Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Karang Taruna Desa Gilanga Harjo, Kecamatan Pandak, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta', Universitas Negeri Yogyakarta. doi: 10.12776/ams.v20i1.206 M4 - Citavi.

Tumoutou (2018) Jumlah Penduduk Indonesia Tahun 2018, tumoutounews. Available at: <https://tumoutounews.com/2018/05/10/jumlah-penduduk-indonesia-tahun-2018/>.

Yosh, J. et al. (2015) 'Pengembangan Bisnis Pada Depot Dahlia Menggunakan Business Model Canvas', 3(2), pp. 588–592.